

Les jeunes sont nés avec un portable dans les mains. Pourtant, ils sont nettement moins adroits quand il s'agit d'appliquer leur habileté numérique au monde du travail.

## « Digital natives » ou digital naïfs ?

Qualifiés de « digital natives », les jeunes semblent nager comme des poissons dans l'océan numérique. Mais jouer sur son smartphone ou poster des photos sur Instagram ne suffit pas dans un univers professionnel qui réclame d'autres compétences.

**E**t si les Millennials, ces jeunes gens nés entre 1980 et 2000, n'étaient pas si doués que ça dans l'utilisation des outils numériques ? Considérés comme « digital natives », surtout la Génération Z née dans les années 2000, ils se montrent plutôt « digital naïfs » quand il s'agit de se confronter aux usages numériques professionnels. Envoyer un CV par mail, chercher un emploi sur le réseau LinkedIn ou soigner son e-reputation pour proposer son meilleur profil aux employeurs ne va pas de soi pour ces champions du gaming et des réseaux sociaux. Une enquête d'Emmaüs Connect de septembre 2017 sur les pratiques numériques des jeunes en insertion socioprofessionnelle montre que « les connaissances et les compétences numériques acquises dans le domaine récréatif ne sont pas transférées dans d'autres domaines (scolaire, professionnel) ». Par exemple, leur usage du mail est très faible, alors que les recrutements (envoi de candidature) et les offres d'emploi (80 %, selon l'Association française des utilisateurs de télécommunications) passent par Internet. Seuls 6 % des jeunes interrogés connaissent le réseau social professionnel Viadeo et 14 % LinkedIn.

Pour Pascal Romon, vice-président chargé du numérique de l'université de Paris-Est Marne-la-Vallée, « nos étudiants ont une appétence pour le digital, mais montrent une incompétence assez importante dans l'utilisation des outils numériques. Par exemple, en étudiant la manière dont ils se servent des services digitaux que propose l'Université, nous notons qu'ils ont du mal. Ils rencontrent d'ailleurs autant de difficultés que les générations précédentes ». Pour ce maître de conférences en mathématiques, il existe un fort écart de compétences chez les jeunes, certains étant très à l'aise, d'autres pas du tout. Les outils modernes ont beau être de plus en plus faciles d'accès — dégainer son smartphone et s'en servir est très aisé — cela ne témoigne pas d'une capacité accrue, mais plutôt d'une facilité

**une appétence pour le digital mais montrent une incompétence assez importante dans l'utilisation des outils numériques »**

augmentée, ce qui crée une sorte d'effet d'optique : on se sert énormément de ces outils, mais dès qu'il s'agit d'effectuer des tâches plus complexes, les jeunes se heurtent à un mur. Pour aider les étudiants à mieux maîtriser les outils numériques, Google France propose depuis 2016 des formations gratuites qui sont assurées par des tiers (associations et cabinets RH). En deux ans, 100 000 étudiants ont été formés : 90 000 en ligne sur la plateforme d'e-learning [g.co/ateliersnumeriques](http://g.co/ateliersnumeriques), et 10 000 en présentiel dans les universités partenaires. Conscientes de l'opportunité que constitue le numérique pour ces jeunes et leur future employabilité, ce sont plus de 20 universités à travers la France qui ont ouvert leurs portes. Pendant quatre jours, les étudiants — mais aussi d'autres populations comme des demandeurs d'emploi ou des gens intéressés par ces sujets, les ateliers étant en libre accès — suivent une formation intensive accélérée incluant des modules de marketing digital, d'entrepreneuriat et d'utilisation des outils numériques au service de la recherche d'emploi. À l'issue des quatre jours, les étudiants reçoivent une certification qu'ils peuvent ajouter sur leur CV, attestant ainsi de leurs nouvelles compétences. « Nous sommes satisfaits de cette collaboration avec Google. Nous avons validé les contenus, puis déployé ces formations deux fois par an en présentiel, avec un examen passé en ligne », explique

Pascal Romon, qui se dit « très intéressé par cette forme d'hybridation pédagogique ». Pour les étudiants qui n'ont pas pu suivre ces ateliers, l'Université propose une formation mixte, soit un cours en ligne en accéléré tout en étant encadré par un étudiant qui fait office de coach. Ces formations hybrides marchent très bien : « 700 étudiants, principalement en DUT, les ont suivies », apprécie Pascal Romon.

Ismaël Guerrib, étudiant de 21 ans en licence d'information et communication à l'université

  
**100 000**  
**étudiants formés en**  
**deux ans dans les**  
**Ateliers Numériques**  
**de Google (en ligne ou**  
**en présentiel en**  
**université)**

(Google)

de Montpellier, a participé à l'un de ces ateliers sur le webmarketing. « J'ai suivi cette formation pour avoir un profil plus professionnel pour ma recherche de stage, et pour acquérir des compétences en marketing digital, explique le jeune homme. J'ai été sensibilisé au fait que l'identité numérique est aussi une identité professionnelle, et que cela se travaille. Si un recruteur cherche mon nom via un moteur de recherche, il doit tomber sur mes résultats au bac, des projets auxquels j'ai participé, etc. Le numérique est en fait un outil de travail », estime Ismaël, qui a aussi appris à se servir d'outils de webmarketing comme Google Adwords ou des logiciels de référencement. À l'occasion d'un atelier dédié à l'entrepreneuriat social proposé par Ticket for Change, partenaire de Google, Ismaël a pris son courage à deux mains et a sollicité un stage auprès de l'association. Démarche réussie, puisque l'étudiant a passé sept mois chez Ticket for Change comme community manager, tout en poursuivant ses études. Avant d'entamer son master, il a décidé de prendre une année de césure pour travailler pour l'association en tant que micro-entrepreneur, et aussi pour le projet Kids Booky, une application en réalité augmentée qui aide les enfants atteints de plusieurs dyslexies dans leur apprentissage dont il s'occupe de la communication.

**« Nous sommes satisfaits de cette collaboration avec Google. Nos étudiants ont**